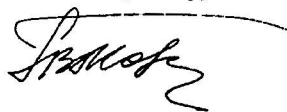


На правах рукописи



Морослин

Петр Васильевич

**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТЕОРИИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РУНЕТА В ПРОСТРАНСТВЕ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Специальность 10.02.01 – русский язык

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание учёной степени
доктора филологических наук**

Москва – 2010

Работа выполнена на кафедре современного русского языка и славяноведения
факультета иностранных языков Международного славянского института

**Официальные
оппоненты:**

Трофимова Галина Николаевна
доктор филологических наук, профессор
Российский университет дружбы народов

Горбаневский Михаил Викторович
академик РАЕН, доктор филологических наук,
профессор
*Гильдия лингвистов-экспертов по
документационным и информационным спорам*

Ускова Ольга Александровна
доктор филологических наук, доцент
*Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова*

Ведущая организация: **Государственный институт русского языка
им. А.С.Пушкина**

Защита состоится 22 октября 2010 г. в 15-00 часов
на заседании диссертационного совета Д 212.203.12
при Российском университете дружбы народов
по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6., ауд. 436.

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научном информационном
библиотечном центре (Научной библиотеке) РУДН по адресу: 117198, г.Москва,
ул. Миклухо-Маклая, д.6.

Автореферат диссертации размещен на сайтах: www.rudn.ru.

Автореферат разослан 21 сентября 2010 г.

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000681003

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент

Н.Ю.Нелюбова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Распространение Интернета в конце XX века как коммуникативного канала передачи данных, как средства массовой коммуникации привело к появлению глобальной информационной среды, в рамках которой формируется особая сетевая культура общения, что оказывает влияние на развитие и изменение языка. Интернет стал масштабным явлением современной культуры, оказывающим влияние на различные сферы жизни современного общества. Функционирование Интернета вызывает пристальный интерес представителей различных наук – социологии, психологии, литературоведения, лингвистики и др. Распространение информационных технологий способствует возникновению новой культурной и языковой среды, которая постоянно развивается и расширяется.

В последние годы появилось несколько монографий, десятки статей об особенностях русскоязычного Интернета, о новых речевых жанрах, появившихся в Интернете на русском языке, об особенностях компьютерной коммуникации на русском языке (далее как синоним мы будем употреблять и слово Рунет для обозначения русскоязычного Интернета). К сожалению, существующие исследования пока не позволяют более или менее объективно представить реальное функционирование русскоязычных текстов в Сети. Это, на наш взгляд, связано прежде всего с тем, что еще не был проведен более или менее подробный анализ особенностей создания и хранения текстов в электронной среде в зависимости от задач общения, выполняемых функций, способов создания того или иного электронного текста, не проведено социолингвистическое рассмотрение основных групп пользователей Интернета. Важным представляется также рассмотрение психологических аспектов взаимоотношения людей в условиях опосредованной компьютером коммуникации.

Полагаем, что исследование русскоязычного Интернета должно опираться на ряд весьма сложных факторов, в частности: 1. особенности самого Интернета как сложной многофункциональной иерархической информационной и коммуникационной системы, 2. социолингвистическую характеристику основных групп пользователей, их коммуникативных потребностей, языкового вкуса, 3. понимание влияния английского языка и культуры на развитие русскоязычного Интернета, традиций общения на английском языке, 4. тенденции развития и изменения современного русского языка, которые активизировались в конце XX начале XXI века, 5. психологические аспекты опосредованного компьютером общения. Нами в качестве рабочего используется термин язык *Интернета*, под которым понимаются функционально-стилистические, коммуникативные, прагматические особенности текстов, которые функционируют в Интернете.

На современном этапе развития лингвистики уже давно наблюдается переход от изучения языка как замкнутой системы к исследованию языка в его многочисленных связях и функциях. Об этом говорит формирование ком-

плексных дисциплин (лингвокультурология, прагмалингвистика, компьютерная лингвистика), что свидетельствует о том, что использование только языковых данных не позволяет в полной мере объяснить функционирование естественного языка. Именно поэтому анализ функционирования русского языка в Интернете невозможен без опоры на данные информатики, психологии, социологии, теории массовой коммуникации. К сожалению, до последнего времени язык Интернета изучался как особое явление фрагментарно (в основном, с точки зрения формирования компьютерной лексики и особого жаргона), хотя лишь комплексный взгляд на функционирование электронных текстов позволяет раскрыть особенности взаимодействия текста, электронных служб и средств, систем хранения и поиска информации в электронной среде.

Следует констатировать противоречие между быстрым развитием электронной коммуникации, созданием виртуальной информационной среды как части современной системы массовых коммуникаций и отсутствием в науке теоретико-методологического обоснования особенностей функционирования русского языка в Интернете. Это затрудняет осуществление объективной оценки функционирования русского языка и прогнозирование развития русского языка в электронных средствах получения информации и общения. Рассмотрение этого противоречия и является основной проблемой исследования.

Объектом исследования является совокупность текстов на русском языке, функционирующих в разных жанрах Интернета, в качестве **предмета** рассматриваются лингвокультурологические характеристики различных компьютерных дискурсов на русском языке.

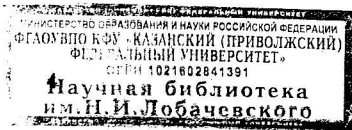
Актуальность выполненной работы объясняется следующими моментами:

1) общение в коммуникативной среде Интернета является важной характеристикой современной культуры, вместе с тем лингвистические особенности этого феномена освещены в научной литературе еще не в достаточной степени;

2) изучение дискурса является одним из наиболее активно развивающихся направлений современной лингвистики, однако остаются дискуссионными многие вопросы, касающиеся сути этого явления, и его типов;

3) расширение сфер электронной коммуникации, массовое распространение Интернета как средства коммуникации и средства получения информации требует лингвокультурологического описания портретов пользователей Интернета, их коммуникативных и информационных потребностей.

В основу настоящего исследования положена следующая **гипотеза**: тексты в Интернете представляют собой сложную иерархически структурированную совокупность, которая определяется не только языковыми характеристиками, но и такими факторами, как коммуникативные потребности, речевой портрет пользователей, система функционирования текста в рамках конкретной веб-страницы, особенности хранения и структурирования текстов в



информационно-поисковых системах. Все эти факторы и определяют особенности разных типов электронных дискурсов, в рамках которых выделяются специфические жанры электронной коммуникации.

Цель данной работы заключается в комплексной характеристике функционирования электронного дискурса с позиций лингвокультурологии. В соответствии с поставленной целью формулируются следующие **задачи**:

- 1) рассмотреть особенности функционирования русского языка в Интернете в социокультурном и социалингвистическом аспектах;
- 2) установить и описать социокультурные характеристики русскоязычных пользователей Интернета, их коммуникативные потребности;
- 3) определить основные информационные потребности пользователей русскоязычного Интернета;
- 4) выявить функциональные характеристики системы гипертекстов, с помощью которых тексты размещаются в электронной среде;
- 5) выделить и охарактеризовать различные типы речевых жанров, функционирующих в Интернете.

Научная новизна исследования заключается в том, что установлены и описаны конститутивные признаки компьютерного дискурса, выявлены социокультурные характеристики различных групп пользователей, определены их коммуникативные потребности, раскрыта специфика системы гипертекста, сформулированы требования к типологии электронных речевых жанров, установлены и описаны характеристики основных групп электронных речевых жанров.

Теоретическую значимость диссертации мы усматриваем в том, что данная работа вносит вклад в развитие теории дискурса, лингвокультурологии, теории речевых жанров применительно к электронной коммуникации, уточняет методологию дискурсивных исследований и их категориальный аппарат. Теоретическая значимость полученных результатов заключается также в исследовании функционирования Интернет-дискурса в зависимости от коммуникативных потребностей пользователей, в возможности использования предложенной методики анализа для описания иных типов дискурса, в разработке методики анализа текстов Интернета. Теоретические выводы по работе объясняют особенности развития русского языка в Интернете, изменения в речевых стандартах и языковых нормах.

Практическая ценность состоит в том, что результаты работы, как и сам материал исследования, могут найти применение при подготовке вузовских курсов по языкознанию, лингвокультурологии, культуре речи, стилистике, лексикологии; спецкурсов по лингвистике текста, социалингвистике, прагмалингвистике, основам компьютерной лингвистики, в практике преподавания русского языка. Отдельные положения работы могут использоваться при разработке рекомендаций для эффективного функционирования различных электронных ресурсов, оптимизации компьютерного общения.

Теоретической базой исследования стали научные концепции, разработанные в рамках следующих научных направлений:

- лингвистики текста и теории дискурса (Н.Д. Арутюнова, А. Вежбицкая, Р. Водак, Т.А. ван Дейк, И.Р. Гальперин, В.И. Карасик, М.Л. Макаров, А.В. Олянич, Ю.Е. Прохоров, Е.И.Шейгал, А.П.Чудинов);
- лингвокультурологии (Е.М.Верещагин, В.В.Воробьев, В.В.Красных, В.А.Маслова, И.А.Стернин, Ю.С.Степанов; В.Н.Телия, С.Г.Тер-Минасова);
- когнитивистики, теории языковой личности и языкового сознания (Г.И. Богин, Т.В. Булыгина, И.Н. Горелов, В.З. Демьянков, А.А. Залевская, И.А. Зимняя, Ю.Н. Караулов, Е.С. Кубрякова, К.Ф. Седов, О.Б. Сиротинина, Ю.А. Сорокин, А.Д. Шмелёв);
- теории речевой деятельности и функциональной стилистики (Т.Г. Винокур, Б.М.Гаспаров, В.Г.Костомаров, Л.П.Крысин, А.А.Леонтьев, Н.И. Формановская М.М.Бахтин, В.В.Дементьев, К.А. Долинин; М.Ю. Федосюк, Т.В. Шмелёва).

Важное значение для данной работы имеют также исследования лингвистов, посвященные анализу использования русского языка в Интернете, теории и практике функционировании электронного дискурса и электронных речевых жанров, стилистическим особенностям функционирования текстов разных жанров в Интернете (см. работы А.А.Атабековой; М.В. Горбаневско-го, Ю.Н. Караулова, В.М. Шаклеина; О.В.Дедовой: Е.В. Какориной; М.А. Кронгауза; О.В. Лутовиновой; Р.К. Потаповой; Г.Н. Трофимовой; М.Ю.Сидоровой).

Несмотря на все возрастающее количество работ в этой области лингвистики многие проблемы еще не получили должного освещения, например: особенности формирования, функциональное описание разных форм Интернет-дискурса, воздействие Интернета на развитие национального языка и др.

Теоретико-методологический инструментарий необходимый для изучения такого сложного явления, каким является язык Интернета, невозможен без комплексного использования ряда гуманитарных и естественных наук, в том числе филологии, психологии, информатики, социологии, культурологии, теории коммуникации.

Материалом исследования послужили данные лингвистических и энциклопедических словарей, тексты различных Интернет-ресурсов (интернет-форумов, электронных писем, виртуальных дневников, веб-страниц), картотека записей текстов общения в Сети в режиме реального времени (чаты), материалы анкет и опросов. Основную эмпирическую базу исследования составил массив текстовых материалов, размещенных в сети Интернет на электронных ресурсах (веб-страницы, порталы, интернет-СМИ, электронные библиотеки и др.), так и на коммуникационных ресурсах (службы поддержки блогов, чатов, форумов, социальных сервисов).

В процессе работы использовались следующие **методы исследования**: наблюдение, интроспекция, моделирование, интерпретативный анализ, контекстуальный анализ, анкетирование и опросы (включая краткие/ развернутые ответы на вопросы, выбор из числа заданных критериев и/или их градацию и др.), статистический анализ.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Язык Интернета функционально-стилистически весьма разнороден, неоднородны и его жанры, использующиеся в различных сферах общения внутри сети. Отмечается значительное тематическое и функционально-стилевое разнообразие ресурсов Интернета, что вызвано различными факторами, которые рассматриваются в данном исследовании.

2. Национально-культурная специфика речевых жанров, речевого поведения пользователей Интернета определяется особенностями структурного и языкового оформления веб-страниц (соотношение информационных, коммуникационных, рекламных сообщений на одной странице), спецификой содержательного аспекта различных типов веб-страниц, особенностями функционирования систем поиска (тематический поиск, поиск по ключевым словам, типы поисковых запросов). Важным классификационным признаком являются способы и возможности интерактивного взаимодействия веб-страниц разного жанра с пользователями или пользователей Интернета друг с другом на основе специальных служб Интернета (форумы, чаты, блоги, сетевые сервисы).

3. Каждый тематический ресурс имеет свои классификационные признаки, среди которых наиболее важными являются:

- характеристика пользователей, их предпочтения и интересы;
- тип информационной технологии, определяющий функционирование данного ресурса,
- функционально-стилистические характеристики данного ресурса,
- система навигации, гиперссылок, ключевых слов,
- способы интерактивного взаимодействия с пользователями.

4. Предназначение любого Интернет ресурса заключается в эффективном достижении целей, определенных при его создании. Эффективность сайта зависит от его контента, определяется числом посетителей сайта и характеристикой их коммуникативных ролей и потребностей, скоростью и удобством получения интересующей информации, типами связей данного сайта с другими ресурсами.

5. Каждый тематический ресурс активно использует различные виды речевых жанров. В сфере средств массовой информации функционируют такие жанры, как электронные версии газет и журналов, собственно Интернет-СМИ, ленты новостей и др. В сфере межличностного общения функционируют блоги, форумы, чаты, гостевые книги, социальные сети. В сфере образо-

вания, например, наиболее широко применяются информационные технологии, которые реализуются в следующих жанрах: электронные учебники, интерактивные обучающие ресурсы (тренажеры), виртуальные среды (виртуальные лаборатории, виртуальные среды проектирования и др.), компьютерные демонстрации, универсальные обучающие среды, электронные базы данных, справочно-информационные источники.

6. Компьютерный дискурс продуцирует собственные жанры. При этом каждый жанр обладает своим специфическим набором характеристик, а форма общения во многом обусловлена тем или иным компьютерным сервисом (блог, чат, форум). Причем, в одних речевых жанрах наблюдается доминирование коммуникативного аспекта деятельности над информационным (блоги, чаты, форумы, социальные сервисы), в других наблюдается доминирование информационного аспекта (электронные СМИ, научные форумы, корпоративные блоги, образовательные ресурсы). Это свойство взаимодействия информационного и коммуникативного аспектов является одной из основополагающих характеристик электронных речевых жанров.

7. При анализе структуры текста в системах компьютерного общения важны такие характеристики, как:

- образ автора, который часто дополняется и его именем (ник),
- типология речевых актов, наиболее характерных для коммуникации,
- соотношение функций – информативная, побудительная, фатическая,
- жанровая специфика компьютерного общения (чат, форум, блог) и др.

8. Для всех ресурсов Интернета отмечаются такие характеристики, как интерактивность, мультимедийность, гипертекстовость, фреймовая организация экранного кадра. Однако в каждом из жанров Интернета эти характеристики вступают в особые отношения с соответствующим вербальным текстом. Специфика взаимодействия вербальных и невербальных элементов определяется особенностями речевого поведения, коммуникативными потребностями и целями общения, особенностями поиска и получения информации.

Апробация результатов исследования. Концепция, основные положения, результаты и выводы исследования обсуждались на ежегодных конференциях профессорско-преподавательского состава Международного славянского института, заседаниях кафедры русского языка и славяноведения Международного славянского института, а также были представлены на научных конференциях и семинарах различного уровня: на Международной научно-теоретической и практической конференции «Общество – Язык - Культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке» (Москва, МИЛ, 2008), II Новиковских чтениях «Функциональная семантика языка, семиотика знаковых систем и методы их изучения» (Москва, РУДН, 2009), Межвузовской научно-практической конференции студентов и молодых ученых «Актуальные проблемы развития, финансового управления и правового урегулирования мировой экономики в условиях кризиса» (Москва, НОУ МИМЭМО, 2009),

Международной научно-практической конференции «Русский язык: проблемы функционирования и методики преподавания на современном этапе» (Пенза, ПГПУ, 2009), II Кирилло-Мефодиевских чтениях «Актуальные проблемы филологии» (Москва, МГЛИ, 2009), Международной теоретической и научно-практической конференции «Научное наследие Д.И. Менделеева как основа создания мир-системы XXI века» (Москва, МСИ, 2007), Международной научной конференции «Кому нужно забвение Великого подвига Великого народа? (Правда и вымыслы о Великой отечественной войне 1941-1945 годов и современность)» (Москва, МСИ, 2009), Международной научно-практической конференции «Иностранные языки в диалоге культур: политика, экономика, образование» (Саранск, Мордовский государственный университет, 2009), Международной научно-практической конференции «Языки мира – мир языка» (Москва, МГТУ, 2009).

Структура диссертации. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии, и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Первая глава называется «Социолингвистический и социокультурный аспекты функционирования Рунета». В ее первом разделе «Основные направления изучения Рунета» выделяются следующие направления исследований русскоязычного Интернета:

1. Анализ языка Интернета с точки зрения соответствия нормам русско-го литературного языка, отражения развития и изменения русского языка (Граудина Л.К.; Горбаневский М.В., Караулов Ю.Н., Шаклеин В.М.; Иванов Л.Ю.; Кронгауз М.А.; Сидорова М.Ю.; Трофимова Г.А.); 2. формирование и функционирование специального компьютерного дискурса в чатах, блогах, форумах (Аврамова А.Г., Антонова С.Н., Галичкина Е.Н., Говорухина Н.Г., Горошко Е. И., Какорина Е.В, Кондрашов П. Е, Леонтович О.А., Моргун Н.Л., Нешименко Г.П., Овчарова К.В., Семкина М.А., Сидорова М.Ю., Смирнов Ф.О., Усачева О.Ю., Шейгал Е.И., Шкапенко В.В., Щипицина Л.Ю.); 3. анализ систем гипертекста и способов их реализации в русскоязычном Интернете (Дедова О.В., Кукушкина О.В., Купер И.Р., Смирнов А.А.); 4. организация веб-страниц как особого вида текста (Атабекова А.А. Калмыков А.А., Коханова Л.А, Эпштейн М.О.); 5. особенности функционирования средств массовой информации в Интернете (Акопов А.И., Грозданов Ф.Т., Засурский Я.Н., Какорина Е.В., Калмыков А.А., Карпова Т.Б., Коханова Л.А., Кушнерук С.Л., Лукина М.М., Монахов В.Н., Раскладкина М.К., Селютин А.А., Фомичева И.Д.); 6. социолингвистические и психологические характеристики пользователей Интернета (Белинская Е.П., Войскунский А.Е., Гусейнов Г., Жичкина А.Е., Литневская Е.И.); 7) формирование компьютерной терминологии в русском языке и в европей-

ских языках, особенности компьютерного жаргона (Акулинина Т.В., Долуденко Е.А., Журавлева Т.А., Кошкарева Н.Н., Кутузов А., Лушникова Е.В., Обухова В.М., Орлова В.М., Самаричева А.И., Табанакова В.Д., Тимофеева Е.Н., Турко У.И., Шалина Л.В., Шумайлова М.С.).

Следует подчеркнуть, что такая классификация исследования представляется достаточно условной, ибо многие авторы не ограничиваются только одним аспектом рассмотрения. Интересные материалы об особенностях компьютерного дискурса, новых видах и способах виртуального общения можно найти в педагогических исследованиях, посвященных использованию компьютерных технологий в преподавании иностранных языков (см. работы Бовтенко М.А., Бекасова И.К., Богомолова А.Н., Васяниной Е.Ю., Великосельского О.А., Дунаевой Л.А., Кедровой Г.Е., Михайлова С.Н., Полат Е.С., Титовой С.В., Халяпиной Л.П.)

Весьма важными для анализа функционирования текстов в Интернете являются работы российских лингвистов, посвященные актуальным тенденциям развития современного русского языка (см. работы В.Г.Костомарова, Е.А.Земской, Л.П.Крыгина, Л.Ю. Иванова, О.А.Лаптевой, Н.И. Формановской и др.). Так, например, отмечаются разные способы воздействия глобальной сети на русский литературный язык: одновременное усложнение одних и упрощение других средств общения сравнительно с аналогичными в литературном языке, ярко выраженную конкуренцию норм письменной и устной речи. В целом, проблема воздействия Интернета на развитие языка рассматривается большинством исследователей как неизученная.

Важное значение для понимания функционирования электронных текстов имеют данные лингвокультурологии. Лингвокультурологическое исследование соответствует общей тенденции современной лингвистики - переходу от лингвистики "внутренней", "имманентной", структурной, к лингвистике "внешней", антропологической, рассматривающей явления языка в тесной связи с человеком, его мышлением, духовно-практической деятельностью (см. работы В.В.Воробьева, В.В.Красных, Н.А.Масловой и др.).

2. Язык Интернета функционально-стилистически весьма разнороден, неоднородны и его жанры, использующиеся в различных сферах общения внутри сети. В среде Интернета функционируют жанры, заимствованные из традиционной, несетевой коммуникации и исконно сетевые. Исследователями уже отмечено, что в Интернете, условно говоря, функционируют два вида текстов. Первые, это просто электронные версии печатных текстов, которые ничем от печатного текста не отличаются. Вторая группа текстов – это тексты, которые предназначены для функционирования в данной электронной среде, в связи с чем они приобретают особые формы, выполняют специфические функции. Наиболее ярким примером таких особых текстов являются чаты, блоги, форумы, электронная переписка, общение в социальных сетях. Свидетельством их особенности являются и так называемые специальные правила, рекомендации создания таких текстов, например, электронных пи-

сем или блогов. Современный Интернет это огромное количество текстов, которые связаны друг с другом различного рода связями - гипертекстовыми ссылками, темами, ключевыми словами, расположением в сети и др.

В научной литературе представлены различные подходы к типологии Интернет-ресурсов. Интернет-системы различаются в зависимости от функционального назначения, характеристики пользователей, способов организации взаимодействия с пользователями и др. Социологические опросы, анализ количества посещений показали, что наибольшей популярностью среди ресурсов Интернета пользуются сайты определенного содержания, например, новостные сайты, образовательные сайты, затем так называемые развлечения. Особое место среди направлений использования Интернета занимает переписка в системе электронной почты, среди которой выделяется деловое общение, а также примыкающие к ним чаты, блоги.

Сферы коммуникации в Интернете различаются по различным показателям, например, с точки зрения организации коммуникации, выделяются: однонаправленное получение или представление информации (веб-страница), двусторонний обмен информацией посредством электронной почты, чатов, полилогическое общение, что связано и с созданием разного рода электронных, виртуальных сообществ (виртуальное сообщество, виртуальная деревня, журнал), сфера специального воздействия – реклама. При проведении анализа общения в Сети следует учитывать разные аспекты коммуникации: синхронный, асинхронный, официальный или неофициальный характер общения, спонтанность или подготовленность речи, количество участников, коммуникативные намерения (деловое общение, реклама, игра), тематическая характеристика общения.

Лингвистическое описание текстов, функционирующих в сети, можно сделать, опираясь на ряд характеристик, например: цель взаимодействия; соотношение в тексте таких компонентов, как сообщение, воздействие и самовыражение; тип взаимодействия (деловой/фатический) внутри каждого из компонентов, соотнесенность с конкретным жанром (личное письмо, поздравление, научная дискуссия); размеры текста; заданность структуры текста; условия общения (отсроченное или общение в реальном времени). Наблюдаются различные коммуникативные роли участников электронного общения. Они выполняют различные роли с использованием специфических речевых средств: а) пишущего (адресанта), б) воспринимающего текст (адресата), в) косвенного (вторичного) участника общения, который иногда включается в общение, г) наблюдателя как пассивного участника общения, который сообщает о своем присутствии в сети и иногда комментирует. На содержание и формы общения оказывают влияние и представления о виртуальном пространстве (месте), в котором проходит общение: клуб (литераторы, любители спорта, современной музыки), магазин, деревня или дом (место, в котором люди виртуально живут), научная конференция, политические дебаты, доска объявлений. Общение в Интернете совмещает особенности устной и пись-

менной речи, наблюдается размывание границ между устной и письменной формами общения.

В данном разделе рассматриваются также стандартные сервисы, которые обеспечивают эффективное функционирование Интернет-ресурса, например, навигация, форум, конференции, система поиска, баннеры (реклама) и др. Следует упомянуть и другие сервисы, которые встречаются на некоторых информационно-образовательных ресурсах: интернет-магазин, конкурсы, поиск в Интернете, доска объявлений, игры он-лайн, открытки, перевод с одного языка на другой, глоссарий, карты и др. Законы построения коммуникации для каждого из типов веб-страниц различны: при этом и в пределах веб-страницы они могут дробиться на различные микрожанры. Веб-страницы, представляющие книжный магазин, политического деятеля или научную конференцию строятся по-разному. Выделяются следующие основные элементы оформления страниц: навигационные, индексные, состоящие только из ссылок; информационные, в которых главным является линейный текст, обеспечивающий связь данного текста с другими текстами в пределах данного сайта или других сайтов (например, заголовки, интригующие наименования); собственно информационные, где размещен линейный текст, и присутствуют ссылки, связанные с основным содержанием данного сайта.

Таким образом, на веб-страницах происходит сосуществование и взаимодействие текстов с разными коммуникативными функциями в пределах одного коммуникативного пространства. Основной линейный текст несет собственно информационную нагрузку, раскрывая те или иные аспекты темы; высказывания-гиперссылки указывают на другие аспекты обсуждаемой темы, рекламные слоганы, часто включаемые в сайт, обращены к пользователю и предлагают немедленное взаимодействие. Текст, с одной стороны, является законченным целым, с другой стороны, гиперссылки свидетельствуют о его незавершенности (автономность и фрагментарность). Соотношение различных функциональных элементов в разных типах веб-страниц существенным образом меняется. Ср., например, новостную веб-страницу, веб-страницу электронного магазина, крупной компании, дистанционного курса обучения и др.

Второй раздел первой главы называется «Система хранения и поиска информации в Интернете». Существуют многочисленные определения Интернета, в которых на первый план выдвигаются социокультурные и коммуникативные аспекты функционирования Интернета или его технологические характеристики. Трактовки Интернета иногда ограничиваются характеристикой только технологии передачи данных, включающих и всемирную паутину, или описывающих Интернет как глобальную информационную систему, имеющие не только технические, но и социологические характеристики.

Проблемы поиска и структурирования информации являются важнейшими характеристиками Интернета. Необходимо иметь в виду, что современные программные средства позволяют создавать на основе запроса документы динамически, т.е. документ формируется на основе данного запроса. Типичный пример такой технологии – поиск и получение информации из базы данных на основе определенного запроса.

Структура информации в Интернете во многом определяется интересами пользователей. Социологические опросы показывают, что интересы пользователей Интернета характеризуются разными свойствами. В большинстве случаев при работе с сервисом статистики имеется возможность классифицировать результаты по датам, географии запросов. Согласно статистическим данным рейтинга Top Sites (www.alexa.com/topsites), наиболее популярными в Рунете в 2008 г. являлись следующие сайты: 1) vkontakte.ru, 2) mail.ru, 3) yandex.ru, 4) odnoklassniki.ru, 5) rambler.ru. Согласно данным той же компании, в 2010 г. наиболее популярными Интернет-ресурсами на русском языке были следующие: 1) yandex.ru, 2) mail.ru, 3) vkontakte.ru, 4) google.com, 5) google.com, 6) odnoklassniki.ru.

Предназначение любого Интернет ресурса заключается в эффективном достижении целей, определенных при его создании, поэтому актуальной является проблема оценки эффективности сайта. Эффективность сайта зависит от его содержимого (контента), которое, в свою очередь, определяется: числом посетителей сайта (в частности, приходящих из поисковых серверов), скоростью и удобством получения интересующей информации, количеством повторных возвращений на данный сайт. Система сбора Интернет статистики используется для получения данных о посещениях сайта, последующей их обработки и получения различных отчетов, отображающих интересующую информацию.

Третий раздел данной главы называется **«Рунет: социокультурный аспект функционирования»**. Исследования позволяют получить общие данные о российском Интернете: размер аудитории, социальные, половозрастные характеристики, уровень доходов пользователей, место выхода в Сеть, тип подключения. Социально-демографические характеристики пользователей Интернета, как показывают социологические исследования, значительно отличаются от данных населения в целом. Интернет-аудитория в значительной степени состоит из образованных и социально активных людей. По сравнению со всем населением в целом среди интернет-аудитории больше доля людей с высшим образованием, учащихся и работающих.

Исследования различных компаний, например, TNS Gallup Media, фонда «Общественное мнение», статистические обзоры компании Яндекс, проводящих Интернет-статистику, показали довольно устойчивые тенденции количества пользователей Интернета в России. По данным фонда «Общественное

мнение», в 2009 г. около 40 млн. граждан России в той или иной степени пользовались Интернетом; 40 млн. россиян (35%) старше 18 лет выходили в Интернет хотя бы раз за последние полгода; месячная аудитория Интернета в России составляет 36,8 млн. пользователей, суточная (т.е. количество пользователей Интернета в сутки) составляет 21,3 млн.; годовой прирост суточной аудитории сети в России составил 34%, полугодовой – 18,4%.

Для российской аудитории Интернета характерны и особые различия, связанные с возрастом аудитории: основная группа пользователей – это молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет. Эта группа пользователей во многом оказывает влияние на популярность (рейтинги) тех или иных ресурсов, распределение информационных потоков, особенности языка общения. Наибольший процент пользователей оказался среди молодых респондентов (в группе до 34 лет). Средний возраст аудитории составляет около 30 лет. В эту группу входят, согласно опросам, люди со средним доходом и доходом выше среднего.

Активное развитие телекоммуникационных технологий и увеличение числа россиян, регулярно пользующихся Интернетом, изменение интересов аудитории и др. приводит к тому, что такие показатели Интернета, как посещаемость сайтов, их наполнение и др., постоянно меняются, в особенности это касается тематических предпочтений пользователей. Регулярные Интернет-опросы, статистические исследования позволяют выявлять изменения в специфике аудитории Интернета, в рейтингах сайтов и др.

Посещаемость ресурсов Интернета является понятием динамичным, которое зависит во многом от изменения интересов аудитории. Согласно опросам ВЦИОМ, проведенным в сентябре 2009 г., для российской Интернет-аудитории характерны следующие ключевые показатели: 41% пользователей обращается к сети в поисках необходимой информации, для расширения кругозора, 38% общаются в Интернете. 23% работают он-лайн, 12% учатся. Покупки он-лайн совершают лишь 2% опрошенных россиян. Молодежи 18-24 лет более свойственно использование Интернета для общения (46%), учебы (27%) и досуга (19%). Пожилые респонденты чаще обращаются к глобальной сети для получения информации (80%), чтобы быть в курсе всех событий (20%), ради заработка (30%) или же «убить время» (10%).

Полученные данные позволяют выявить специфические предпочтения россиян при использовании Интернета. Наиболее часто пользователи в России используют Интернет для общения (посредством электронной почты, чатов, программ мгновенного обмена сообщениями, другими инструментами), поиска информации о товарах и услугах, развлечений (игры, прослушивание или скачивание музыки). Национальное своеобразие Рунета характеризуется такими показателями: самое популярное занятие пользователей Рунета – чтение новостей. От 65% до 77% пользователей делают это хотя бы раз в месяц. Несколько иная картина вырисовывается при анализе предпочтений мировой глобальной сети: за рубежом пользователи чаще всего пользуются электрон-

ной почтой (60%) и ищут информацию в сети (49%); пользователи мировой глобальной сети вдвое реже интересуются новостями (39%), чем аудитория Рунета (70%). Посещение сайтов социальных сетей занимает седьмое место (13%) в списке ежедневных занятий пользователей мировой сети, среди пользователей Рунета посещение социальных сетей занимает первые позиции в рейтингах). Погодой в России интересуются 56,6% пользователей против 30% пользователей мировой сети. Зарубежные пользователи значительно чаще используют Интернет для осуществления финансовых операций и электронных покупок.

В четвертом разделе первой главы, которая называется «Способы организации и функционирования гипертекста» отмечается, что структурной единицей, охватывающей и соединяющей различные типы информации в Интернете, является гипертекст. Обычно гипертекстовым документом называют набор, совокупность страниц, связанных гиперссылками. Особенностью такого документа является то, что эту совокупность документов можно просматривать в определенном порядке, перемещаясь по гиперссылкам. В качестве гиперссылки может использоваться слово, фраза или какой-либо графический символ. Практически любой текст в Интернете представляет собой одну или несколько связанных между собой по различным параметрам страниц. Роль нитей, связывающих веб-страницы, играют так называемые гипертекстовые ссылки (или гиперссылки).

Несмотря на немалое количество работ, в которых авторы представляют возможные пути построения классификаций гипертекста на основе тех или иных параметров (Баранов 2003; Горошко 2006, 2007; Дедова 2008; Кондрашов 2004; Купер 2000; Левоненко, 2004; Лутовинова 2009; Потапова 2002), общепризнанной типологии гипертекстов в настоящее время не существует, и ее создание является одной из приоритетных задач теории гипертекста. Многие исследователи отмечают размытость, неопределенность значения этого термина. На изменение значений этого термина воздействует все возрастающее значение компьютерных технологий, с одной стороны, и широкое использование этого термина в философских и культурологических работах конца XX века.

В научной литературе существуют различные определения гипертекста: 1. способ организации текста, при котором текст связан ссылками с другим текстом, 2. новый вид текста, противопоставленный обычному тексту по ряду параметров, 3. новый способ, инструмент и новая технология понимания текста. Структурным элементом гипертекста является гиперссылка, выступающая основополагающим элементом веб-страницы, выполняя различные функции: номинативную (служит названием), информативную (в краткой форме сообщает о содержании информации), регулирующую (определяет направление поиска информации), экспрессивную (выделяет наиболее значимые информационные блоки) и др. Р.К. Потапова (2002) выделяет следующие

типы ссылок: структурные ссылки, связывающие композиционные элементы или их части; референциальные ссылки, которые устанавливают переходы между реферирующим выражением и информацией, способной определить референта (например, фамилия человека как источник ссылки); семантические ссылки, связывающие информационные единицы, объединенные общим или близким содержанием; условные ссылки, устанавливающиеся на основе нетривиальных отношений между двумя информационными единицами.

О.В.Дедова предлагает следующее определение гипертекста: «Это модель организации электронного текста, характеризующаяся специфической структурированностью и разветвленной системой программно поддерживаемых внутритекстовых и межтекстовых переходов, предполагающая возможность читательского интерактивного воздействия на последовательность воспроизведения композиционных единиц»¹. Исследователи выделяют такие принципиальные качества гипертекста, как дисперсность структуры, композиционная нестабильность, нелинейность, мультимедийность, интерактивность, которые последовательно реализуются в различных электронных жанрах. Технологическим свойством гипертекста является разнородность, она напрямую связана с компьютерной технологией, т.е. гипертекст способен объединять единицы разных уровней – слова, рисунки, анимацию, звуки и др. Другое важное свойство гипертекста – нелинейность, это означает, что кроме стандартной, обычной последовательности чтения текста, есть и другие возможные пути передвижения по определенной совокупности текстов. Структура и содержание гипертекстовой ссылки во многом определяет тип перехода от одного текста к другому.

Гипертекст характеризуется такими понятиями, как механизмы связи (способ и характер передвижения по гиперссылкам), узлы-объекты (наиболее важные гиперссылки, которые определяют направление передвижения), пользовательский интерфейс (способ взаимодействия человека с узлами и связями). Цепочка узлов, через которые проходит читатель при просмотре компонентов гипертекста, образует путь или маршрут. Этот маршрут передвижения по различным ресурсам Интернета является способом формирования нового текста на основе гипертекстовых связей. Это дает основание делить тексты в Интернете на статичные, находящиеся в сети в неизменном виде, и динамические, формирующиеся в ходе и в результате передвижения от одного текста к другому с помощью гиперссылок.

Тип гипертекста является одной из жанровых характеристик веб-ресурса. Наличие или отсутствие гиперссылок, их характеристика является одной из типологических характеристик различных текстов в Интернете. В одних веб-ресурсах гиперссылки доминируют, в других практически не используются. Так, например, в видах компьютерной коммуникации диалогиче-

¹ Дедова О.В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Рунете. – М.: Изд-во МГУ, 2008. – с.50.

ского характера гипертекст практически не представлен. В так называемых коммуникационных службах Интернета (чаты, блоги, форумы), например, гиперссылки бывают представлены чрезвычайно редко, поскольку указанные жанры в основном построены на передаче информации в режиме реального времени (подробнее см. ниже). Это связано с тем, что основная функция этих текстов – интерактивная, они отражают также в письменной коммуникации особенности устной речи. Другое дело, активное функционирование гипертекста на различных информационных веб-страницах, в образовательных и информационных ресурсах. В электронных СМИ, например, гиперссылки играют, напротив, очень важную роль с точки зрения способов предъявления информации. Гиперссылки позволяют выбирать тот или иной тип информации в зависимости от информационных потребностей пользователя. Стоит отметить, что научные тексты, несмотря на свою диалогичность и интертекстуальность, практически не используют гипертекстовые формы.

Отношения между элементами гипертекста могут фиксироваться создателями сайта и быть постоянными, а могут возникать каждый раз заново при обращении пользователя к той или иной информации (виды гипертекстовых ссылок, их характеристики зависят от типа информации, времени обращения, способа обращения, маршрута продвижения по сайтам). Именно последнее обстоятельство дает право говорить о создании нового текста в результате передвижения пользователя от одного текста к другому с помощью гиперссылок.

Оформление гиперссылок средствами русского языка представляет собой особую проблему (типология гиперссылок определяется используемыми языковыми средствами - номинативные конструкции, наречия, глагольные конструкции, коммуникативные единицы, рисунки). Гипертекстовая структура веб-страницы в русском языке сформировалась во многом под влиянием англоязычных веб-страниц².

В различных жанрах гипертекст выполняет специфические функции. Эта касается, например, функций и типов гипертекста, например, в художественной литературе и в электронных СМИ. Активное использование гиперссылок в новостных ресурсах имеет и негативные последствия. Так, например, в результате использования гиперссылок иногда используются материалы, полученные из различных электронных источников, без указаний не только на авторов, но и на сетевой ресурс, что приводит часто к быстрому распространению заведомо ложной информации. Одни и те же информационные сообщения одновременно появляются на страницах разных веб-ресурсов в результате разного рода гиперссылок. При этом, как показывают наблюдения, а также по данным службы «Яндекс. Новости» (см. www.yandex.ru/news).

² Атабекова А. А. Лингвистический дизайн WEB-страниц (сопоставительный анализ языкового оформления англо- и русскоязычных WEB-страниц). – М.: Изд-во РУДН, 2003.

yandex.ru), число новостей, копируемых одними изданиями у других, уже несколько лет составляет значительную часть (около 20%) от общего объема информационных сообщений в электронных СМИ.

Построение гипертекста должно подчиняться определенным требованиям, обусловленным жанровыми и стилистическими характеристиками веб-ресурсов. Наиболее универсальными представляются следующие требования: гиперссылки должны быть специальным образом выделены в тексте, не должно быть пустых гиперссылок, которые не связаны с дополнительной информацией, – ссылки должны быть однозначными, повторение гиперссылок должно приводить к одинаковым результатам, не должно быть взаимного закикливания (одна гиперссылка ссылается на другую, а другая только на эту), гиперсвязи должны соответствовать содержанию гиперссылки, т.е. если в качестве гиперссылки функционирует, например, слово лингвистика, то гипертекстовые связи должны быть связаны с этим словом, а не уводить в совершенно другую предметную область.

Вторая глава называется «Функционально-семантические особенности компьютерного дискурса». В первом разделе этой главы под названием **«Теория дискурса – современные концепции»** рассматриваются современные взгляды на проблему дискурса. Данной проблеме посвящено большое количество исследований (Н.Д.Арутюнова, Р.Водак, Т.А. ван Дейк, М.Р.Желтухина, В.И.Карасик, А.А.Кибрик, М.Л.Макаров, А.В.Олянич, Ю.Е.Прохоров, Ю.С.Степанов, Е.И.Шейгал и др.). Категория дискурса допускает значительное количество различных интерпретаций. Под «дискурсом» чаще всего понимается речевая ситуация, т.е. текст, погруженный в ситуацию реального общения. Важно отметить, что в большинстве концепций подчеркивается то, что дискурс имеет социальное и социолингвистическое содержание, при этом речевое общение рассматривается как социальное взаимодействие. Отмечается динамичность, процессуальность речевых действий, текст является только определенной частью сложного процесса социального взаимодействия людей. Классификация дискурса происходит в зависимости от разных показателей: от формы проявления языка (устный и письменный), от способа общения (массового или индивидуального), от тона или регистра речи (высокий, нейтральный, сниженный), от степени эмоциональности, спонтанности, нормативности, степени клишированности языковых форм, свернутости текста и некоторых других признаков. Различие в канале передачи информации имеет принципиально важные последствия для процессов устного и письменного дискурса.

Дискурс реализуется особым образом в системах компьютерного общения. Под компьютерным общением понимают любое общение в компьютерных сетях, общение с использованием особого рода сигналов – электронных сигналов коммуникации. Это общение определяется рядом характеристик, важнейшим из которых является понятие компьютерного дискурса. В течение

последних лет понятие компьютерный дискурс становится все более распространенным. Однако понимание этого явления нельзя назвать однозначным, еще не до конца выявлены и описаны его основные категории и специфические черты. В работах российских лингвистов термин компьютерный дискурс употребляется в разных значениях, это и многожанровая функциональная разновидность публичной монологической и диалогической речи, возникающая в интернет-среде, и так называют иногда все тексты, связанные с современными информационными технологиями.

При анализе текстов, функционирующих в процессе электронной коммуникации, должен учитываться весьма широкий круг содержащихся в них явлений – лингвистические, социокультурные, прагматические, технологические факторы и др. При анализе структуры текста при компьютерном общении важны такие характеристики, как:

- образ автора, который часто дополняется и его именем (ник),
- типология речевых актов, наиболее характерных для коммуникации,
- соотношение функций – информативная, побудительная, фатическая,
- жанровая специфика компьютерного общения (чат, форум, блог) и др.

Обзор научной литературы показывает, что при значительном интересе лингвистов к различным аспектам общения в Интернете (Аврамова 2004; Асмус 2005; Бергельсон 2002; Виноградова 2004; Галичкина 2001; Горошко 2007; Дедова 2004; Дускаева, Протопопова 2003; Ермакова 2001; Иванов 2000; Какорина 2007, 2008; Кутузов 2006; Литневская, Бакланова 2005; Моргун 2002; Потапова 2004; Смирнов 2004; Трофимова 2004; Халыпина 2004), круг проблем, которые преимущественно освещаются в исследованиях, посвященных компьютерному дискурсу, довольно ограничен. Исследователей интересуют креолизированность интернет-текстов (наличие смайликов, разного рода графических вкраплений), использование в них единиц компьютерного жаргона, специфических акронимов, «самопрезентация» коммуникантов посредством псевдонимов (ников), намеренное игровое отступление от орфографических норм, сознательное смешение различных стилистических средств, загрязненное использование лексики английского и русского языков. Интерес к этим особенностям компьютерного общения обусловлен тем, что, на наш взгляд, они самые заметные, «наиболее рельефные» (Е.Н. Галичкина), являющиеся заметными «языковыми новациями» (Е.И. Литневская, А.П. Бакланова).

Следует также отметить, что в различных жанрах Интернет-коммуникации все эти особенности компьютерного дискурса имеют и свои характерные реализации. Так, например, исследования показывают, что тексты интернет-форумов не содержат многие из языковых новаций, отклонений от нормы, которые характерны для чатов.

Электронное общение рассматривалось в работах зарубежных лингвистов. Интересным представляется анализ Интернет-коммуникации, сформули-

рованный Д. Кристаллом. (Crystal 2002). Исследователь подробно проанализировал несколько типов компьютерного дискурса. В его работах выделяются веб-дискурс, дискурс электронной почты, дискурс асинхронного (форумы, конференции) и синхронного (чаты, игры) общения в Интернет-среде.

В современных электронных средах происходит очень сложное взаимодействие устного и письменного аспектов коммуникации, результатом которого является компьютерный дискурс с принципиально новыми структурными и стилистическими свойствами. Письменный текст, попадая в электронное сетевое информационное пространство, изменяется, обретает гипертекстовую форму, занимает особое место во фреймовой структуре веб-страницы. Язык, используемый в компьютерном дискурсе, обладает, прежде всего, особенностью среды функционирования. При этом возникает новая форма языкового взаимодействия – письменная разговорная речь, а с ней и новые речевые жанры. В сфере электронной коммуникации можно выделить следующие жанры, в основе которой лежат жанры письменной речи: а) чат-коммуникация; б) дискуссионные форумы; в) запись в гостевой книге; г) сетевой дневник (блоги).

Новая организация речи в электронной коммуникации связана с высокой степенью интерактивности, мультимедийностью, гипертекстом, оперативностью. Компьютерному дискурсу как виду общения в компьютерных сетях присущи определенные конститутивные признаки (электронный сигнал, гипертекст, дистантность и др.). Компьютерное общение на русском языке отличается рядом специфических особенностей: 1. активным вторжением (инкрустацией) терминов, жаргонизмов, неологизмов; 2. использованием транслитерации и транскрипции; 3. использованием словообразовательных и семантических калек; 4. обыгрыванием английских слов с использованием русских; 5. созданием слов из элементов родного и английского языков (Галичкина 2001).

Обычно компьютерный дискурс выделяется на основании канала общения. Это общение приобретает весьма специфические черты, которые сводятся к следующим: 1) виртуальность; 2) дистантность, т.е. разделенность в пространстве и во времени; 3) опосредованность (так как осуществляется с помощью технического средства); 4) высокая степень проницаемости, что означает возможность общения с новыми коммуникантами; 5) креолизованность компьютерных текстов в целом, включающая в себя буквенные, образно-зрительные и образно-слуховые компоненты; 6) статусное равноправие участников виртуального общения (независимо от их статуса в реальной жизни) и др. (Галичкина 2001; Горошко 2004; Иванов 2000).

Компьютерный дискурс продуцирует и собственные жанры, свои «устойчивые, закреплённые бытием и обстоятельствами формы жизненного общения» (Бахтин 1979). Причем, каждый жанр обладает своим специфическим набором характеристик, а форма общения во многом обусловлена тем или

инным компьютерным сервисом (блог, чат, форум). В перечень жанров компьютерной коммуникации обычно включают:

- общинформационные жанры, или жанры компьютерных новостей (сайты новостей, разновидности некоторых PR-сайтов);
- научно-образовательные и специальные информационные жанры (монографии, научные статьи, интерактивные учебные курсы);
- художественно-литературные жанры, вмещающие все оцифрованные произведения мировой классики (электронные книги, так называемая сетература);
- жанры, оформляющие неспециальное, непрофессиональное общение (виртуальные игры, живые электронные дневники, чаты, гостевые электронные книги и почтовая переписка);
- деловые и коммерческие жанры (доски рекламных объявлений, корпоративные сайты, баннеры и прочее) (Иванов 2000).

Каждый жанр компьютерного общения имеет свои лингвостилистические особенности, в частности, чаты, форумы, блоги (сетевые дневники). Текстовая специфика виртуального дискурса проявляется через гипертекст, а также реализуется в понятии креолизованный текст, поскольку тексты включают разнородные элементы: вкрапления из других языков, загрязненные слова, дополнительные графические элементы.

Общение в чатах, форумах, гостевых книгах, конференциях, по электронной почте является достаточно специфическим явлением, стирающим границы между устной и письменной формой коммуникации. Об этом свидетельствует большое количество дискурсивных слов, характерных для устной разговорной речи, собственные способы передачи интонации и эмоций (специфика использования знаков препинания, строчных и прописных букв; «смайликов», или emoticons, последовательность знаков препинания и букв, имитирующих человеческое лицо и его мимику).

Исследователи отмечают, что письменный компьютерный дискурс теряет часть смысловразличительных средств, присущих устной коммуникации – в первую очередь, интонацию, мимику и жесты. С другой стороны, для компенсации этой потери формируются новые средства выразительности. Тип общения в реальном времени часто не способствует детализации описания (это обусловлено, прежде всего, необходимостью быстрого обмена информацией, ограничениями на размер сообщения), характерной для письменной речи, что сказывается не только на лексической, но и на фонетической и синтаксической структурах электронного сообщения.

Одной из принципиальных особенностей компьютерных сервисов является организация межличностного или группового общения. Сферы коммуникации в Интернете, как показывают исследования (см. работы Дедовой О.В., Трофимовой Г.Н., Какориной Е.В. и др.), различаются по показателям, например, с точки зрения организации коммуникации, выделяются: одна-

правленное получение или представление информации (веб-страница); двусторонний обмен информацией посредством электронной почты, чатов; полилогическое общение в тематических форумах нескольких участников; общение в системе блогов, в социальных сетях (например, odnoklassniki.ru); создание разного рода электронных, виртуальных сообществ (виртуальный клуб, виртуальная школа, класс и др.).

При проведении анализа общения в Сети следует учитывать разные аспекты коммуникации: синхронный, асинхронный, официальный или неофициальный характер общения, спонтанность или подготовленность речи, количество участников, коммуникативные намерения (деловое общение, реклама, игра), темы общения. Важное значение для понимания особенностей текстов, создаваемых в процессе Интернет-коммуникации, имеет характеристика пользователей тех или иных ресурсов, прежде всего, создателей интернет-текстов в структуре веб-сайта, участников интернет-коммуникаций. Компьютерный диалог, как и обычный диалог, формируется как процесс и продукт речевой деятельности двух коммуникантов, включающий: а) знания говорящего о мире, в том числе и о ситуации общения, б) учет таких знаний, мнений у адресата, в) ориентировку в социальной роли и статусе адресата и др. Возникает кооперативный диалог согласия, приспособления друг к другу, соответствия или конфликтный диалог, несогласия, возражения, конфронтации.

Различные типы компьютерного дискурса реализуется в специфических жанрах компьютерной коммуникации, которые во многом обусловлены службами и сервисами Интернета. В процессе общения в форуме коммуниканты создают новый тип речевых произведений – тред, представляющий собой письменный полилог на определенную (обычно сформулированную его инициатором) тему. К треду примыкает сообщение (постинг), которое является визуально отделенным с помощью специальных таблиц фрагментом текста. Тред в интернет-форуме на микроуровне поддается делению на те же иллокутивно-прагматические единицы, что и устный разговорный диалог, на интеракции, состоящие из инициального и реактивного речевых шагов, с учетом письменной формы речи, которая дает коммуникантам возможность располагать интеракции нелинейно. Тред, как и разговорный диалог, состоит из чередующихся реплик разных коммуникантов, что позволяет при анализе его структуры опираться на разработанные в современной лингвистике стратегии ведения диалога, типы диалогических конструкций, сценарии речевого поведения (Винокур 1993; Формановская 1999). Особую разновидность форума представляют собой форумы на научные темы, которые имеют свои особые функционально-стилистические особенности: включение элементов научного стиля, специальная терминология.

В таком жанре компьютерного дискурса, как чаты, выделяются другие особенности. Рассмотрение чатовой коммуникации как комбинации институционального и личностного типов дискурса позволило представить ее основные компоненты:

1. В Интернет-коммуникации принимают участие автор (пользователь чатов), создающий электронное сообщение в соответствии с собственными установками, представлениями, потребностями и возможностями, и реципиент, воспринимающий и интерпретирующий предлагаемый текст.

2. Взаимодействие участников общения происходит в пределах определенного чата, имеющего определенный электронный адрес.

3. Ведущей целью чатового сообщения является коммуникативная цель, реализуемая посредством ее основных функций – информационной и контактоустанавливающей.

4. Стратегии чатовой (IRC) коммуникации определяются теми целями, которые делают актуальными компьютерное общение: а) обсудить определенную тему; б) изложить суть проблемы; в) получить различные точки зрения на излагаемую информацию; г) изложить свою позицию по поводу той или иной ситуации; д) учитывать интересы, специфику мышления, индивидуально-психологические особенности и социальный статус аудитории; е) поддерживать уже налаженные контакты, ж) хорошо провести время и т.д.

Второй раздел второй главы называется «Жанровая классификация ресурсов Интернета». Понятие речевого жанра относится к числу важнейших теоретических представлений прагматической лингвистики, лингвистики текста, социолингвистики. Практическое владение набором основных речевых жанров считается важнейшим аспектом речевой компетенции, является одной из важнейших характеристик языковой личности.

Вопрос о жанре речевого произведения рассматривается как литературоведением, так и лингвистикой. Самая большая трудность – это выработка единых критериев для анализа и жанровой характеристики разных единиц – простых и сложных высказываний, устных и письменных текстов; монологических, диалогических и полилогических текстов; первичных и вторичных текстов (аннотация, реферат); художественных и нехудожественных текстов; авторских и фольклорных текстов.

Исследователи выделяют несколько разных подходов к описанию жанра: функционально-стилистический (Кожина 1999; Сиротинина 1999); структурно-прагматический (Шмелева 1977), литературоведческий и др. Существуют различные классификации речевых жанров. В плане генезиса они разделяются на первичные и вторичные; первичные формируются в условиях непосредственного общения и имеют многовековую традицию, вторичные складываются в условиях высокоразвитой культурной коммуникации. Другим критерием классификации являются сферы деятельности (в том числе и духовной), сферы общения, в условиях которых функционируют речевые жанры.

Теория речевых жанров вполне применима к классификации компьютерных речевых жанров, правда, с учетом специфики функционирования

электронных текстов. Для эффективной оценки того или иного ресурса следует сформулировать критерии, которые необходимы для характеристики того или иного сайта. Представляется, что можно опираться на следующие критерии (список можно расширить):

1. Авторство сайта, которое определяет достоверность и качество информации (надежными являются сайты, созданные правительственными организациями, известными учебными заведениями и библиотеками, научными центрами и др.).

2. Периодичность обновления информации (некоторые сайты не обновляются более года), регулярное обновление означает, что сайт развивается, изменяется в соответствии с теми или иными задачами или информационными потребностями.

3. Удобство поиска информации и навигации по сайту, количество и типы гипертекстовых связей с другими ресурсами.

4. Оформление сайта с точки зрения его основных структурных элементов.

Как известно, информация на Web-страничках размещается в виде гипертекста, который, в свою очередь, также состоит из страниц. Вначале пользователь, как правило, попадает на ее главную страницу, из которой он и узнает о структуре (навигация, карта сайта, список гиперссылок) и содержании сайта. Веб-страница формируется специальными языковыми средствами, выполняющими определенные функции (Атабекова 2003). Выделяются следующие основные элементы оформления страниц: навигационные, индексные, состоящие только из ссылок; информационные, в которых главным является линейный текст, обеспечивающий связь данного текста с другими текстами в пределах данного сайта или других сайтов (например, заголовки, интригующие наименования); собственно информационные, где размещен линейный текст и присутствуют ссылки, связанные с основным содержанием данного сайта.

На веб-страницах происходит сосуществование и взаимодействие текстов с разными коммуникативными функциями в пределах одного коммуникативного пространства. Практически любой текст в Интернете представляет собой одну или несколько связанных между собой страниц. Роль нитей, связывающих страницы играют так называемые гипертекстовые ссылки (или гиперссылки). Основной линейный текст несет собственно информационную нагрузку, представляя те или иные аспекты темы; высказывания-гиперссылки указывают на другие аспекты обсуждаемой темы, рекламные слоганы, часто включаемые в сайт, обращены к пользователю и предлагают немедленное взаимодействие. Текст, с одной стороны, является законченным целым, с другой стороны, гиперссылки свидетельствуют о его незавершенности (автономность и фрагментарность).

Можно также классифицировать веб-ресурсы на основе доминирующих технологий: 1. Информационные (вещательные) технологии – задача ресурса состоит в информировании посетителей (новостные ленты, сборники обзоров, библиотеки); 2. Интерактивные технологии – ресурс ориентирован на максимально возможное включение посетителей (форумы, чаты); 3. коммуникационные технологии – задачи организации веб-сообществ на основе интересов, потребностей.

Следует упомянуть и другие сервисы, которые встречаются на некоторых информационно-образовательных ресурсах: интернет-магазин, конкурсы, поиск в Интернете, доска объявлений, игры он-лайн, открытки, перевод с одного языка на другой, глоссарий, карты и др. Специализированные порталы и ресурсы по иностранным языкам имеют некоторые дополнительные сервисы, например, систему электронных словарей, орфографическую проверку слова, тесты, Интернет-Олимпиады, конкурсы. Отмечается следующая закономерность: чем больше дополнительных услуг на том или ином ресурсе, тем выше его посещаемость.

В ряде исследований последнего времени делались попытки классификации жанров электронной коммуникации. Л.Ю. Щипицина предлагает выделить на основе выполняемых функций следующие шесть групп жанров компьютерно-опосредованной коммуникации: 1. информативные жанры, предназначенные для получения информации (сетевые СМИ, энциклопедии и словари, поисковые системы, каталоги и др.), 2. директивные жанры, предназначенные для побуждения адресата осуществить какое-либо действие (веб-баннеры, Интернет-магазины и др.), 3. фатические жанры, служащие для удовлетворения потребностей в общении (чаты, электронные письма, форумы), 4. презентационные жанры, которые предназначены для самовыражения, представления данных о себе, 5. эстетические жанры, служащие для реализации творческого потенциала и способностей (сетевые литературные произведения), 6. развлекательные жанры³. При всей внешней привлекательности такой классификации, она не учитывает такие весьма важные параметры, как особая структурированность текстов (например, в форумах, блогах), специфические функции, которые выполняет гипертекстовая организация компьютерной коммуникации, соотношение книжных и разговорных элементов, степень соответствия текста кодифицированным литературным нормам (например, в чатах или образовательных ресурсах). Следует также отметить, что некоторые жанры совмещают в себе различные функции. Например, веб-блоги служат не только самопрезентации, но и содействуют обмену информацией, выполняя определенные функции электронных СМИ. В электронных СМИ информация строится таким образом, чтобы максимально вовлечь читателей

³ Щипицина Л.Ю. Классификация жанров компьютерно-опосредованной коммуникации по их функции // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И.Герцена. - СПб., 2009. - № 114. - С. 171 – 178.

в обсуждение той или иной проблемы, т.е. электронные СМИ выполняют информационные и коммуникационные функции.

Другим возможным классификационным признаком компьютерных речевых жанров является анализ структуры текста и описание составляющих его модулей (функционально-структурных элементов). Например, образовательный портал включает новости, библиотеку, ссылки на ресурсы и др. Научная статья включает аннотацию, перечень ключевых слов, список литературы, отражает определенную логику изложения. Веб-страница университета включает информацию о факультетах, специальностях, условиях поступления и др. Анализируя веб-страницу фирмы исследователи выделяют, в частности, следующие структурные элементы: 1. привлечение внимания, 2. приветствие, 3. идентификация фирмы, 4. экспликация структуры содержания, 5. детализация содержания, 6. создание доверия к фирме, 7. установление контакта, 8. создание сообщества (регистрация), 9. привлечение дополнительной внешней информации. Законы построения коммуникации для каждого из типов электронных ресурсов различны: при этом даже и в пределах одной веб-страницы они могут дробиться на различные микрожанры.

Третий раздел второй главы называется «**Ключевые слова в системах поиска Интернета (отражение национальной культуры и коммуникативных потребностей пользователей)**». Важную роль в оценке эффективности тех или иных текстов, функционирующих в Интернете, играет такой показатель, как ключевые слова. Под ключевыми словами в данном случае понимаются слова, которые используются при поиске тех или иных веб-текстов. Это слова, которые пользователи набирают в поисковых системах, для того, чтобы найти в Интернете необходимую информацию. Ключевое слово – это слово в данном тексте, которое способно в совокупности с другими ключевыми словами отражать содержание текста для облегчения работы поисковых систем. Набор ключевых слов документа иногда называют поисковым образом документа. Одной из первых, кто обратил внимание на важные функции, которые выполняют ключевые слова, была Г.Н.Трофимова. «В основе манипулирования лежат ключевые слова – лексемы естественного языка, которые становятся для пользователя отправным пунктом для перемещения в информационном пространстве. По сути, ключевое слово выступает как концептообразующее понятие, как центр семантического поля. Лексемы, ситуативно выступая в качестве ключевых слов при поиске в Интернете, лежат в основе ментальных моделей, которые строит пользователь, определяют его маршрут в Сети и, как выясняется, трансформируют само виртуальное пространство. ...»⁴.

⁴ Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. - М. : Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 2004. – с. 198

Анализ показывает, что ключевые слова вступают в Интернет друг с другом в особые отношения, например, на основе гипертекстовых связей, тематической связи слов, разного рода нового типа ассоциаций. Возникают иногда непривычные с точки зрения классической лексикологии семантические связи слов. Например, к ключевому слову «виза» компьютерной системой будут предложены названия фирм, адреса посольств, путеводители, карты дорог, адреса гостиниц и др. Ключевые слова выполняют различные функции: помогают найти текст с соответствующим содержанием, повышают посещаемость (тем самым и рейтинг того или иного сайта), если в текст включаются наиболее частотные или востребованные в данный момент ключевые слова.

Наблюдается ярко выраженная тенденция отражения (на основе изменения интересов и коммуникативных потребностей пользователей) системой ключевых в русском языке слов тех или иных внешних событий. Причем, в различных жанрах Интернета это отражается специфическим образом, например, в системе наиболее частотных поисковых запросов в новостных сайтах Интернета или в наиболее часто употребляемых словах в блогах.

Ключевые слова, функционирующие в электронных системах поиска, на веб-страницах, несут важную информацию об интересах аудитории, в том числе дают представление о национально-ориентированной специфике текстов на том или ином языке. Ключевые слова косвенным образом характеризуют и саму аудиторию, например, часто встречающиеся в 2006 г. ключевые слова российского Интернета, как *реферат*, *рефераты*, подтверждают положение, что основными пользователями Интернета являются люди в возрасте от 17 до 24 лет, т.е. в большинстве студенты. В 2008 г. интересы аудитории несколько изменились, на первый план вышли следующие слова: *мегафон* (название известной фирмы в области мобильной связи), *переводчик* (система электронного перевода) и *новости*. Сравнительный анализ поисковых запросов в англоязычной части Интернета показал, что среди поисковых запросов первые места занимают слова, связанные с известными актерами, музыкантами, а также с покупками через Интернет-магазины. По данным статистической программы Top 500 keywords наиболее частотными в англоязычном Интернете являются следующие слова: yahoo, lyrics, hotmail.com, yahoo.com, jokes, ebay, maps, games, warez, napster и др.

Согласно анализу запросов Яндексa, опубликованных в 2009 г. около 2,5% запросов сформулированы, как показывает анализ, в форме вопроса. Это обычные вопросы, и пользователи, которые их задают, общаются с поисковой системой так, будто это живой человек. У Яндексa даже спрашивают (как пройти в библиотеку?) – в среднем 41 раз в месяц, (зачем герасим утопил муму?) – 53 раза и (кто убил Лору Палмер?) – 107 раз. Самый популярный вопрос, с которым пользователи обращаются к Яндексy, – как. Вопросов, начинающихся с как, задают больше, чем вопросов, начинающихся со всех остальных вопросительных слов вместе взятых. Самые короткие составляющие

запросов к Яндексу – отдельные буквы и цифры. Для общения с поисковой машиной чаще всего используют существительные, эту часть речи содержат 75% запросов к поиску. Вторая по распространенности часть речи – прилагательные, они присутствуют в 16% запросов к веб-поиску. Глаголы используют только в 5% случаев, а наречия в запросах занимают менее 1%. Ключевые слова вступают друг с другом в особые отношения на основе гипертекстовых связей, тематической связи слов.

Третья глава называется «Функционально-семантический анализ речевых жанров в Интернете». В первом разделе этой главы «Блоги как особый вид компьютерного дискурса» отмечается, что в настоящее время в Рунете примерно 1 150 000 блогов, а записей (постов) – больше 80 миллионов. По данным обзора блогов в 2008г. каждый будний день появлялось более 200 тысяч постов и более 450 тыс. комментариев. Структурно, как известно, блог состоит из основного сообщения (поста) и комментариев к этому сообщению.

Тематика блогов охватывает довольно широкий круг вопросов. Можно выделить несколько групп тем: нейтральные темы (о погоде, о событиях в культурной, политической и спортивной жизни); предметно-профессиональные темы, связанные с предметной компетенцией в той или иной области; социальные проблемы (политические, экономические, национальные, религиозные, гендерные), затрагивающие различные сферы личности и общества. Ведущей целью блоггового сообщения является коммуникативная цель, реализуемая посредством ее основных функций – информационной и контактоустанавливающей. Стратегии коммуникации в блогах определяются различными целями: а) обсудить определенную тему; б) изложить суть какой-либо проблемы; в) получить различные точки зрения на излагаемую информацию; г) объяснить свою позицию по поводу той или иной ситуации; д) ориентироваться на интересы и социальный статус аудитории, искать общие проблемы и позиции; е) создавать новые или поддерживать уже налаженные контакты; ж) просто провести время в электронном общении т.д.

Важную функциональную роль в блогговом сообщении играют ники (имена авторов блоггового сообщения). Они выполняют важную текстообразующую функцию. В частности, они выполняют функцию ключевой метафоры, оказывают воздействие на содержание и оценку сообщения. Ники выполняют также функции привлечения внимания к автору сообщения и конспирации реального автора сообщения. Привлечение внимания осуществляется в основном за счет языковой игры, в которой принимают участие различные элементы языка (искаженное написание слова, выбор в качестве имени англоязычной лексики, создание искусственных слов и др.). Выбор имени создателя сообщения в определенной степени позволяет реконструировать и потенциального адресата сообщения, как участника коммуникации, подготовленного к такого рода языковой игре, что во многом определяет тактику и

стратегию блогowego сообщения в случае вымышленного имени автора. Если автором сообщения является реальное лицо (известный журналист, официально лицо, представитель той или иной фирмы), то это определяет особенность межличностного общения в блоге, в частности, выбор языковых средств.

Для организации общения в блогах используются специфические языковые средства (Горошко 2006, 2007; Зенько 2008; Кронгауз 2009; Михайлов 2006). Например, анализ текстового материала показывает, что большую часть вопросов в Интернет-дискурсе составляют вопросительные предложения, использованные с целью не получить информацию, а повышающие адресованность, эмоциональность, служащие для смягчения говорящим своего мнения. Другим специфическим фактором является широкое использование цитатных вопросов в дискуссии. Это точно копированные реплики одного из участников диалога, специальным образом графически выделенные. Целью их использования является указание содержания диалога, направленность речи к определенному адресату, автору данной цитаты. Главная функция цитируемых вопросов – адресация.

Разговорность отражается в синтаксических, лексических и невербальных средствах. Наиболее частотными являются конструкции с незамещенными синтаксическими позициями, изменение порядка слов в целях выделения ремы, эллиптизированные синтаксические конструкции. Для выражения экспрессии разговорной речи часто употребляются написания, отражающие просторечное или разговорное произношение (грят, скока, ваще, чел, хавать) и др. Специфическим средством передачи эмоционального отношения являются смайлики, которые служат средством передачи экспрессивных значений, мимики и жестикуляции.

Результаты опроса участников общения в блогах показывают, что первую позицию среди групп интересов занимает функция развлечения и получения интересующей информации – 16% ответов пользователей, 15% в блогах узнают подробности жизни интересных им людей. Возможность быть в курсе новостей из жизни друзей и знакомых выбрали лишь 8% опрошенных. У 13% респондентов блоги заменяют источник информации, в том числе политических, экономических и общественных. Четвёртую по популярности позицию занимает функция общения со знакомыми и друзьями, либо общение по интересам в рамках сообществ – по 10% ответов. 9% пользователей, напротив, ищут в блогах возможность самовыражения – записи мыслей, рассказа о себе и новостях из жизни.

На основе анализа содержания блогов на наиболее популярных блог-хостингах в диссертации предложена классификация тем, которые обсуждаются в блогах. Среди пятидесяти самых популярных тем в блогах за первые полгода 2008 г. чаще всего назывались праздники и погода. В 10 самых обсуждаемых тем дня попали четыре праздника (например, Новый год, 8 марта, День Св.Валентина, пасха), а кроме того – победа сборной России по футбо-

лу над сборной Англии, которую тоже вполне можно рассматривать как праздник. В группу 50 самых обсуждаемых тем входят 15 праздников. В этом же рейтинге разные погодные явления и обсуждения времен года встретились 9 раз. Больше всего «погодных» постов посвящено дождю и снегу. Плохую погоду вообще обсуждают больше, чем хорошую.

В блогосфере находят своё отражение как события культурной и политической жизни, так и внутренние темы, интересные в основном самим блогерам. Важным показателем тематической характеристики блогов является анализ поисковых запросов. Поисковые запросы в блогах обусловлены повышенным интересом к тому или иному событию.

В последнее время все большую популярность приобретают корпоративные блоги. Для подавляющего большинства компаний корпоративный блог служит дополнением к традиционному сайту компании. В то время как официальная информация о компании и услугах размещается на веб-сайте, записи в блоге посвящены текущей работе, новостям компании и пр., это свидетельствует о значительной разнице в тематике и языковых средствах корпоративного блога по сравнению с личными блогами.

Второй раздел третьей главы «Текст в электронных СМИ (опыт лингвокультурологического анализа)» рассматривает особенности текстов в электронных СМИ. В последние годы появляется и значительное количество исследований, посвященных языку электронных СМИ (Акопов 1998; 2000; Грозданов 2007; Засурский 2007; Какорина 2007; Карпова 2007, 2008; Лукина 2008; Кушнерук 2008; Раскладкина 2002; Солганик 2007; Фомичева 2005; Щербакова 2008). Электронные СМИ делятся по различным критериям. Некоторые из них являются точной копией бумажных изданий. Другие издания используют новые возможности информационных технологий, с использованием баз данных, гипертекста и др. Например, газеты «Московские Новости», «Комсомольская правда» в Интернет-версии включают новые разделы: опросник общественного мнения, форумы, гостевые книги, специальные колонки авторов газеты, блоги и др. В некоторых электронных изданиях информация представлена не в виде отдельных выпусков (номеров), как это обычно бывает в периодических изданиях, с традиционной для газет формой подачи той или иной информации на соответствующих страницах, а выделена по тематике (например, экономика, политика, новости культуры, спорт и др.) в отдельных веб-страницах, т.е. отмечается другая структуризация материала. Переход на те или иные веб-страницы в электронных СМИ осуществляется с помощью меню или системы гиперссылок. Особым явлением стало представительство в Интернете информационных служб, часто они представляют специальным образом отобранные из разных источников материалы, например, ленты новостей (см., например, www.lenta.ru). Следует отметить, что такие важные характеристики традиционных СМИ, как периодичность издания (ежедневная или еженедельная газета, журнал, альманах и др.), территория

распространения, тираж, собственные материалы или перепечатки (с помощью гиперссылок) в современных Интернет-изданиях, как отмечают исследователи, в значительной мере трансформируются благодаря, прежде всего, использованию принципов баз данных и гиперссылок, систем поиска информации с помощью ключевых слов, организации интерактивного общения.

Наиболее важной особенностью электронных СМИ, отличающих их от печатных изданий, является активное использование интерактивности, хотя следует подчеркнуть, что интерактивность, поиски взаимодействия с читателем или зрителем являются общим свойством всех СМИ. В сетевой интерактивности выделяют три аспекта: 1. возможность, предоставленная электронным изданием для пользователя (читателя), формировать и реализовывать запрос на информацию, 2. удобство информационной технологии для пользователей (навигация по тексту, гиперссылки, рубрикация, визуальный ряд), 3. организация общения читателей с помощью блогов, форумов.

Своеобразие современного медийного диалога исследователями обычно определяется посредством понятия «персонификация» как проявления в публичном диалоге личности, открыто заявляющей свое мировоззрение и утверждающей свой стиль. Особая организация информации обнаруживается в тематически структурированных и постоянно обновляемых сведениях (например, о погоде, о событиях в культуре, в спорте). Специфика таких структур в том, что они создаются, развиваются и видоизменяются по потребности читательской аудитории. Новые виды изданий позволяют читателю активно участвовать в создании информации и тем самым уменьшают или даже «уничтожают» грань между автором и читателем.

Необдуманное использование гиперссылок в текстах Интернет-СМИ часто приводит к тому, что найти источник информации часто оказывается затруднительным. Возникают проблемы с разграничением скрытой рекламы, ложной информации и других материалов. Если в печатном издании реклама обычно выделяется в тексте газеты или журнала, то в информационных изданиях на основе использования гипертекстовых ссылок или прямого включения в информационный текст (особенно на первых страницах Интернет-издания) реклама может функционировать в качестве основного информационного ресурса. Использование гиперссылок приводит к тому, что пользователь часто неожиданно для себя оказывается на страницах совершенно иного ресурса.

Для языка СМИ характерен уход от поэтики стандарта, языковая игра, использование тропов, фигур речи, прецедентных текстов, афористики, неожиданных сочетаний слов. Личность, независимость суждений является характерной для многих форумов и блогов, входящих в состав электронных СМИ. Данные средства общения в составе СМИ часто демонстрирует стремление к намеренному огрублению, к использованию негативной, стилистически сниженной лексики

Структура электронного текста во многом определяется тем, что текст с экрана читать труднее, чем с бумаги, т.е. она во многом обусловлена и особенностями восприятия информации с экрана монитора. Гипертекстуальность, нелинейность информации, ее огромные объемы содействуют определенной организации текста на экране, обуславливают маршрут навигации по Сети. Вовлечение сферу Интернет информации осуществляется различными путями, среди которых важными являются каталоги, рейтинги, реклама, системы поиска, ключевые слова, гипертекстовые ссылки и др.

Одним из определяющих факторов функционирования электронных информационных средств являются способы использования гиперссылок. Для популярных информационных (новостных) сайтов характерными являются следующие особенности:

1. Гипертекстовая организация материала. В информационных жанрах гипертекст строится по различным принципам: от заголовка к тексту, от ключевого слова к тексту, от фотографии (рисунка) – к тексту (и наоборот).

2. Диалогичность (интерактивность) экранного кадра. Электронные СМИ предоставляют возможность принять участие в опросе, выбрать то или иное мнение, позицию, вступить в переписку с автором текста и др. С этой целью используются различные жанры электронной коммуникации – электронная почта, блоги, форумы. Все эти виды электронного общения становятся открытыми для других читателей. Все большее количество текстов строится так, чтобы вызвать ответную реакцию читателей (предлагается оценить статью, обсудить на форумах или блогах).

3. Активная поддержка текстового сообщения с помощью гипертекстовых рисунков, фотографий, схем и других графических средств.

4. Включение в экранный кадр динамичных или статичных рекламных материалов, которые функционируют наряду с основными текстовыми массивами.

5. Функционирование на одном и том же сайте наряду с печатным текстом видеозаписи, аудиозаписи как дополнительных источников информации (этот принцип активно используют сайты радиостанций и телеканалов).

Специфичным с точки зрения организации информации в электронных СМИ, помимо указанных выше, является так называемая первая страница, фреймовая организация экранного кадра, особенности представления заголовка. Первая страница сайта является одним из наиболее важных информационных ресурсов (Дедова 2008). Выделяются три основные функции первой страницы как элемента структуры гипертекста:

- информационная, на первой странице размещается информация о целях проекта, его авторах, основном содержании;
- навигационная, на первой странице размещаются «входы» во все основные информационные блоки данного ресурса;

— эстетическая, важным компонентом первой страницы являются иллюстрации, фотографии, диаграммы и расположение информации.

Для первой страницы информационного ресурса характерно, как правило, соединение (объединение) текстовых фрагментов и графических изображений. Фреймовая структура означает, что на первой странице выделяются стабильные зоны, в которых представлен особый вид информации, например, меню, ссылки на другие ресурсы, реклама, наиболее важная информация, опросы, блоги, форумы. Упорядоченная фреймовая структура характерна для всех указанных выше ресурсов. Для каждого типа информации предоставляется особый структурный элемент экранного кадра.

Другим специфическим элементом представления информации на новостных ресурсах являются особенности формулирования заголовка статьи на первой странице. Заглавие в электронном тексте выполняет специфические функции. Характерным способом привлечения внимания читателей во всех печатных и электронных СМИ является заглавие (причем, заглавие, как правило, формулируется как самостоятельное предложение) и фрагмент статьи на первой странице, с гипертекстовой ссылкой на полный вариант статьи.

Проведенный анализ показал, что существуют различные семантические отношения между гиперссылкой и связанным с ним информационным текстом. Это могут быть отношение часть - целое (в тексте раскрывается более полная информация, связанная с гиперссылкой), ссылка — уточнение (раскрывается какой-либо специфический элемент значения слова и словосочетания), ссылка — появление какой-либо информации, которая с данной ссылкой не связана. Последний способ чаще всего используется в рекламных целях.

Среди особенностей языка сетевых изданий, "сетевого текста" следует выделить различные способы «сжатости» и «расширения» текстового материала, членение информации на части (блоки), нелинейные расширения за счет использования гипертекстовых ссылок и мультимедиа. Важную роль в восприятии текста играет такой показатель, как в какой зоне экрана находится тот или иной текст, что обусловлено специальной фреймовой структурой экранного кадра, выделяющего основные и второстепенные информационные массивы.

Третий раздел третьей главы «Лингвокультурологические особенности образовательных ресурсов Интернета» рассматривает функционирование образовательных ресурсов на русском языке в Интернете, значение которых с каждым годом повышается. Важным достоинством этих ресурсов является удаленный доступ к образовательным технологиям и источникам информации, возможность организации дистанционного обучения, содействие общению специалистов той или иной области знаний. По данным опроса, проведенного Фондом общественного мнения (www.fom.ru), сайты с образовательной тематикой по степени популярности занимают четвертое место

среди ресурсов Интернета. Необходимо отметить, что в последние годы в РФ была создана целая сеть общегосударственных образовательных порталов (см., например, федеральный портал «Российское образование» www.edu.ru), а также справочно-информационный интернет-портал «Русский язык» («Грамота.РУ»). При анализе группы образовательных ресурсов важно представить особенности структурирования и описания материала, а также описать и установить основные категории пользователей этих ресурсов. Число образовательных электронных изданий и ресурсов достаточно обширно. Информационно-справочные источники обеспечивают общую информационную поддержку процесса обучения. Учебные электронные издания и ресурсы обеспечивают учебный процесс и представляют собой систематизированный материал в рамках учебной дисциплины. Издания и ресурсы общекультурного характера предназначены для формирования и расширения культурной среды – виртуальные экскурсии, путешествия по городам, издания, посвященные шедеврам искусства и др.

В сфере образования наиболее широко применяются следующие информационные технологии: электронные учебники, интерактивные обучающие ресурсы (тренажеры), виртуальные среды (виртуальные лаборатории, виртуальные среды проектирования и др.), компьютерные демонстрации, универсальные обучающие среды, электронные базы данных, справочно-информационные источники (он-лайн переводчики, словари), электронные библиотеки, электронные периодические издания, базы данных и архивы.

Образовательные ресурсы Интернета отражают основные особенности научного стиля и построены по моделям речевых жанров учебного характера: учебник, пособие, методическое указание, лекции, справочные материалы. Для этих текстов характерно наличие правил, разъяснений, указаний на источники и др. Характерной чертой стиля этих ресурсов является отвлеченность, логичность изложения, значительное количество специальных терминов и терминологических сочетаний, преобладание предложений с разветвленными синтаксическими связями. Как известно, в современной русистике статус научно-популярного стиля все еще вызывает дискуссии. Одни лингвисты (И.Р.Гальперин, М.Н.Кожина) рассматривают научно-популярные тексты в рамках научного функционального стиля как его вариативную разновидность – подстиль. Другие рассматривают научно популярный стиль как самостоятельный научный стиль. В основу классификации стилей кладутся такие экстралингвистические факторы, как задачи и цели общения, а также содержание общения.

В зависимости от адресованности научный стиль может делиться на три подстиля – собственно научный, учебно-научный и научно-популярный. В образовательных порталах в основном представлен учебно-научный подстиль. Наиболее важная особенность такого стиля проявляется в частных задачах коммуникации – донесение в доступной форме достоверных научных знаний, что определяется экстралингвистическими факторами. Одной из важ-

нейших функций образовательных интернет-технологий является сетевое взаимодействие между пользователями Интернета и учебным заведением, базой данных и др., что отражается в структуре веб-страницы. Эта возможность реализуется в тестировании, в дистанционном обучении и др. Такие ресурсы имеют специальные сервисы и возможности, обеспечивающие интерактивное взаимодействие с пользователем. С другой стороны, в рамках самого научного стиля вырабатываются специфические языковые средства диалогичности, например, маркеры, связанные с контекстом рассуждения, вопросительные предложения, обращенные к читателю, ссылки на другие ресурсы и др. В образовательных веб-порталах представлены следующие функциональные элементы (см., например, www.edu.ru): поиск, новости, электронные библиотеки, базы данных, ссылки на другие ресурсы и др.

Образовательные учреждения различного типа на своих сайтах предпочитают иметь специфические наборы образовательных ресурсов. Так, например, на сайтах классических университетов самыми популярными ресурсами являются базы данных, справочники, коллекции, электронные библиотеки, а также электронные учебники и лекции. Меньшей популярностью пользуются задачки, программы курсов и учебные материалы.

Для всех образовательных ресурсов характерно активное использование гипертекстов, которые особым образом структурируют информационное пространство, а также в них присутствует ярко выраженная ориентация на адресата. Особым видом электронных образовательных ресурсов являются дистанционные курсы. Дистанционное обучение обеспечивается применением совокупности образовательных технологий, при которых целенаправленное опосредованное или не полностью опосредованное взаимодействие обучающегося и преподавателя осуществляется независимо от места их нахождения и распределения во времени на основе педагогически организованных информационных технологий. Требования к ресурсам данного типа определяются принципиальными особенностями дистанционных форм обучения: индивидуальный подход к обучению, диалоговый характер взаимодействия, сочетания онлайн-способа (т.е. непосредственного взаимодействия преподавателя и слушателя с помощью телекоммуникационных каналов связи) и офлайн-способа (использование информационных ресурсов, постоянно находящихся в Интернете), проведение текущего и итогового контроля, регулярное обновление учебных материалов, сочетание традиционных и дистанционных форм обучения и др. Существуют разные способы организации интерактивного взаимодействия образовательного ресурса Интернета с пользователем: 1) участие в опросе, анкетировании, 2) участие в форуме, дискуссии в рамках заданного формата на страницах данного сайта, 3) подписка на ресурсы данного сайта и др.

Исследователями (Е.С. Полат, А.Н. Богомолов, М.А. Бовтенко) предложены и описаны несколько видов учебной деятельности, которую можно организовать в Интернете: 1) поиск информации – работа с браузерами, базами

данных, справочными системами и т.п.; 2) общение – электронная почта, чаты, списки рассылки, форумы, видеоконференции; 3) публикации в сети – создание веб-страниц, сайтов, блогов.

В текстах образовательных ресурсов, рассчитанных на массового читателя, проявляется их прагматический аспект – направленность на определенный тип читателя, например, учет коммуникативных потребностей, ориентация на решение общеобразовательных или профессиональных проблем.

В заключении приводятся основные выводы исследования:

1. Язык Интернета функционально и стилистически весьма разнороден, неоднородны и его жанры, использующиеся в различных сферах общения внутри сети. Отмечается значительное тематическое и функционально-стилевое разнообразие ресурсов Интернета, что вызвано различными факторами: коммуникативные и информационные интересы и потребности пользователей; специфика служб и сервисов Интернета, выполняющих информационные, коммуникационные, поисковые, вещательные, развлекательные функции; сложными взаимоотношениями традиционных и новых речевых жанров в русскоязычном Интернете.

2. Национально-культурная специфика речевых жанров, речевого поведения пользователей Интернета определяется особенностями структурного и языкового оформления веб-страниц (соотношение информационных, коммуникационных, рекламных сообщений на одной странице), спецификой содержательного аспекта различных типов веб-страниц, особенностями функционирования систем поиска (тематический поиск, поиск по ключевым словам, типы поисковых запросов). Важным классификационным признаком являются способы и возможности интерактивного взаимодействия веб-страниц разного жанра с пользователями или пользователей Интернета друг с другом на основе специальных служб Интернета (форумы, чаты, блоги, гостевые книги).

3. Сферы коммуникации в Интернете различаются по различным показателям. Например, с точки зрения организации коммуникации, выделяются: одностороннее получение или представление информации (веб-страница), двусторонний обмен информацией посредством электронной почты, чатов, полилогическое общение, что связано с созданием разного рода электронных, виртуальных сообществ (виртуальное сообщество, виртуальная деревня, журнал), сфера специального воздействия - реклама. Электронная коммуникация осуществляется на разных уровнях – межличностном, коллективном, в контексте виртуальных сообществ.

4. Предназначение любого Интернет-ресурса заключается в эффективном достижении целей, определенных при его создании. Каждый тематический ресурс имеет свои классификационные признаки, среди которых наиболее важными являются: характеристика пользователей, их предпочтения и интересы; тип информационной технологии, определяющий функционирование данного ресурса; функционально-стилистические характеристики данно-

го ресурса; система навигации, гиперссылок, ключевых слов; способы интерактивного взаимодействия с пользователями.

5. Информационные и коммуникационные интересы и потребности пользователей определяют функционирование тех или иных речевых жанров. В сфере средств массовой информации функционируют такие жанры, как электронные версии газет и журналов, собственно Интернет-СМИ, ленты новостей и др. В сфере межличностного общения функционируют блоги, форумы, чаты, гостевые книги, социальные сети. В сфере образования, например, наиболее широко применяются информационные технологии, которые реализуются в следующих жанрах: электронные учебники, интерактивные обучающие ресурсы (тренажеры), виртуальные среды (виртуальные лаборатории, виртуальные среды проектирования и др.), компьютерные демонстрации, универсальные обучающие среды, электронные базы данных, справочно-информационные источники (он-лайн переводчики, словари), электронные библиотеки, электронные периодические издания, базы данных и архивы.

6. При анализе структуры текста в системах компьютерного общения важны такие характеристики, как образ автора, который часто дополняется и его именем (ник); типология речевых актов, наиболее характерных для коммуникации; соотношение функций – информативная, побудительная, фатическая; жанровая специфика компьютерного общения (чат, форум, блог) и др.

7. Для всех анализируемых ресурсов Интернета отмечены такие характеристики, как интерактивность, мультимедийность, гипертекстовость, фреймовая организация экранного кадра. Однако в каждом из рассмотренных жанров Интернета эти характеристики вступают в особые отношения с соответствующим вербальным текстом. Специфика взаимодействия вербальных и невербальных элементов определяется особенностями речевого поведения, коммуникативными потребностями и целями общения, особенностями поиска и получения информации. Так, например, гипертексты активно используются в электронных СМИ, но слабо представлены в научных текстах и в таких средствах общения, как чаты и блоги. Мультимедийность активно функционирует в блогах и в электронных СМИ, но слабо представлена в чатах и в форумах. Каждый из перечисленных жанров обладает особой фреймовой организацией текстового материала.

8. При классификации компьютерных речевых жанров необходимо учитывать такие весьма важные параметры, как особая структурированность текстов (например, в форумах, блогах), специфические функции, которые выполняет гипертекстовая организация компьютерной коммуникации, соотношение книжных и разговорных элементов, степень соответствия текста кодифицированным литературным нормам (например, в чатах или образовательных ресурсах). Другим возможным классификационным признаком компьютерных речевых жанров является структура текста и составляющих веб-ресурс модулей (функционально-структурных элементов). Например, образовательный портал включает новости, библиотеку, ссылки на ресурсы и др.

9. Изменения языкового вкуса, языковых норм обнаруживаются прежде в молодежной речи в блогах и форумах, а также в массмедийных текстах. Но они практически не обнаруживаются в образовательных электронных жанрах (образовательных ресурсах, дистанционных курсах). Для них характерна специфическая организация текста, построенная на основе гипертекстовых связей и ориентированная на передачу объективной информации. Установка на свободу индивидуального выражения, усиленную экспрессию, языковую игру несовместима с задачей общения в собственно научной, научно-популярной сферах общения.

Основные публикации и выводы диссертационного исследования полностью отражены в следующих публикациях автора:

Монография:

1. Морослин П.В. Русский язык в Интернете: социолингвистический и социокультурный аспекты. **Монография.** – М.: ТЕЗАУРУС, 2010. – 196 с.

В ведущих рецензируемых журналах, определенных ВАК РФ, опубликованы следующие работы:

2. Морослин П.В. Поиск информации в Интернете (лингвокультурологический аспект). //Русский язык за рубежом, 2009, № 3. – С.103-107.

3. Морослин П.В. Есть ли речевой этикет в Интернете? //Русская речь. 2009, №4. – С. 50-54.

4. Морослин П.В. Ключевые слова на русском языке в системах поиска информации в Интернете (опыт семантического и культурологического анализа). //Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Русский и иностранные языки и методика их преподавания, 2009, №2. – С.16-21.

5. Морослин П.В. Язык Интернета как объект лингвистических исследований. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Лингвистика, 2009, №3. – С. 10-17.

6. Морослин П.В., Мильруд Р.П. Информационный текст в электронных СМИ (Опыт лингвокультурологического анализа). //Вестник Тамбовского университета, 2009. - Выпуск 7 (75). – С.333-339.

7. Морослин П.В. Структурно-семантические параметры веб-блогов как особого речевого жанра. // Вестник Тамбовского университета, 2009. - Выпуск 12 (80). – С. 332-337.

8. Морослин П.В. Особенности организации интерактивности в русскоязычных электронных СМИ. // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела (Университет печати). 2010, № 2. – С. 151-160.

Публикации по теме диссертации:

9. Морослин П.В., Мамонтов А.С. Роль и место русского языка в мировом и межславянском общении. // Научное наследие Д.И. Менделеева как основа мир-системы XXI века. Материалы Международной теоретической и научно-практической конференции 23-24 ноября 2007 года Международного славянского института, Международная Кирилло-Мефодиевская академия славянского просвещения и др. – М.: Издательство МГОУ, 2008. – С.56-63.

10. Морослин П.В. Перспективы функционирования русского языка в странах СНГ и Прибалтики в контексте развития современных образовательных технологий. // Научное наследие Д.И. Менделеева как основа системы XXI века. Материалы Международной теоретической и научно-практической конференции 23-24 ноября 2007 года /Международный славянский институт, Международная Кирилло-Мефодиевская академия славянского просвещения и др. – М.: Издательство МГОУ, 2008. – С.216-221.

11. Мамонтов А.С., Морослин П.В. Национальная специфика художественных текстов. // Вестник МСИ, 2007, №11. – С. 65-70.

12. Мамонтов А.С., Морослин П.В. Лингвокультурологический аспект теории и практики художественного перевода. // Теория и практика перевода. – НВИ, 2008, №1 (4). – С. 10-12.

13. Мамонтов А.С., Морослин П.В. Межкультурная коммуникация и проблемы адекватности перевода. //Теория и практика перевода. – НВИ, 2008, №2 (5). – С.12-18.

14. Прядко И.П., Морослин П.В. Проблема использования библейской лексики средствами массовой информации и коммуникации. //Тезисы Второй Международной научно-практической конференции «Общество-Язык-Культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке». – 18 октября 2007г. – М.: МИЛ, 2007. – С.51-53.

15. Морослин П.В. Функционально-стилистический анализ блогов (Интернет дневников) //Сб. Доклады Третьей международной научно-практической конференции «Общество-Язык-Культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке». – МИЛ, 28 ноября 2008г. – Том 2. – М.: МИЛ, 2009. – С. 68-75.

16. Морослин П.В. Рунет в пространстве межкультурной коммуникации: Учебное пособие. – М.: МСИ: МГЛИ, 2008. – 116 с.

17. Мамонтов А.С., Морослин П.В. Лингвокультурные проблемы перевода рекламных текстов в аспекте профессионально-ориентированного обучения // Профессионально-ориентированный перевод: реальность и перспективы. Сб. научных трудов по материалам 4-ой Международной научно-методической конференции, посвященной 50-летию РУДН. – М.: РУДН, 2009. – С. 364-366.

18. Морослин П.В. К вопросу о речевом портрете участника Интернет-коммуникации. //Функциональная семантика, семиотика знаковых систем и

методы их изучения. II Новиковские чтения: Материалы Международной научной конференции (Москва 16-17 апреля 2009г.). – М.: РУДН, 2009. – С.356-359.

19. Морослин П.В. Общение в Интернете: лингвистический и прагматический аспекты. // Материалы межвузовской научно-практической конференции студентов и молодых ученых «Актуальные проблемы развития, финансового управления и правового урегулирования мировой экономики в условиях кризиса». – Москва: Гриф и К, 2009. – с. 321-326.

20. Морослин П.В. Особенности речевой коммуникации в компьютерных социальных сетях // Русский язык: проблемы функционирования и методики преподавания на современном этапе: Материалы Международной научно-практической конференции (Пенза 18-20 мая 2009г.) /Отв. ред. Т.И. Суркова. – Пенза: ПГПУ им. В.Г. Белинского. – 2009. – С. 101-103.

21. Морослин П.В. К вопросу о типологической характеристике Интернет-ресурсов //Иностранные языки: теория и практика, 2009, №1 (7). – ООО «Тезаурус». – С.70-74.

22. Морослин П.В. Какие жанры текстов есть в Интернете?//Актуальные проблемы филологии: Материалы участников II Кирилло-Мефодиевских чтений в Международном гуманитарно-лингвистическом институте (12 мая 2009 года) / Составители: В.Д. Янченко, Г.Б. Акатаева. – М.: Типография МФЮА, 2009. – С. 7-14.

23. Морослин П.В. Текст Интернета в межкультурном пространстве: Иностранные языки в диалоге культур: политика, экономика, образование: Тез. Междунар. научно-практ. конф., 1-3 окт., 2009г. / редкол.: Н.В. Буренина, К.Б. Свойкин, О.Ю. Левашкина. – Саранск: Изд-во Мордов. Ун-та, 2009. – С.146-149.

24. Мамонтов А.С., Морослин П.В. Лингвокультурная ситуация в современной России и проблемы национальной безопасности // Кому нужно забвение Великого подвига великого народа? (Правда и вымыслы о Великой отечественной войне 1941-1945 годов и современность). /Материалы Международной научной конференции 22-23 мая 2009 года. Международный славянский институт, Международная Кирилло-Мефодиевская академия славянского просвещения, Движение в поддержку армии, оборонной промышленности и военной науки (ДПА). – М.: ООО «Диона», 2009. – С.250-256.

25. Морослин П.В. Интернет как инструмент формирования нравственного облика современной Российской молодежи (на материалах компьютерного дискурса). // Кому нужно забвение Великого подвига великого народа? (Правда и вымыслы о Великой отечественной войне 1941-1945 годов и современность). /Материалы Международной научной конференции 22-23 мая 2009 года. Международный славянский институт, Международная Кирилло-Мефодиевская академия славянского просвещения, Движение в поддержку армии, оборонной промышленности и военной науки (ДПА). – М.: ООО «Диона», 2009. – С.267-279.

26. Морослин П.В. О понимании языка Рунета // Понимание текста: материалы научной конференции/ Под ред. проф. В.Н. Базылева. – М.: ГосИРЯ им А.С. Пушкина, 2009. – С. 116-117.

27. Мамонтов А.С., Морослин П.В. Особенности языка современной молодежной среды и некоторые размышления по данному вопросу. – Вестник Международного славянского института, № 12, 2010. – С.143-147.

28. Морослин П.В. Русский язык в Интернете. – Вестник Международного славянского института, № 12, 2010. – С.156-169.

29. Морослин П.В. Функционально-семантические особенности компьютерного дискурса. // Материалы Международной научно-практической конференции «Языки мира и мир в языке», 24-25 ноября 2009 г. – М.: МГГУ им. М.А. Шолохова, 2010. Ч.2. – С. 55-60.

Морослин Петр Васильевич (Россия)

**Лингвокультурологические основы теории функционирования
Рунета в пространстве межкультурной коммуникации**

В диссертации дана комплексная характеристика функционирования электронного ресурса с позиции лингвокультурологии. Рассмотрены особенности функционирования русского языка в социокультурном и социолингвистическом аспектах, установлены и описаны социокультурные характеристики русскоязычных пользователей Интернета, определены их коммуникативные и информационные потребности, выявлены функциональные характеристики гипертекстов, с помощью которых тексты размещаются в электронной среде, выделены и охарактеризованы различные типы речевых жанров, функционирующих в Интернете.

Результаты исследования могут использоваться при подготовке вузовских курсов по языкознанию, лингвокультурологии, культуре речи, стилистике, лексикологии, спецкурсов по лингвистике текста, социолингвистике, прагмалингвистике, основам компьютерной лингвистики, при этом отдельные положения работы могут быть использованы при разработке рекомендаций для оптимизации компьютерного общения, а также в практике преподавания русского языка.

Moroslin Petr (Russia)

**Linguoculturerological fundamentals of Runet functioning theory in the space
of intercultural communication**

This doctoral thesis presents complex characteristics of electronic discourse functioning from the viewpoint of linguoculturerology. Peculiarities of Russian language functioning in sociocultural and sociolinguistic aspects are regarded, sociocultural characteristics of russianspeaking Internet users are established and described, their communicative and informational necessities are determined; functional characteristics of hypertexts promoting texts allocation in electronic medium are revealed; different types of speech genres functioning in the Internet are singled out and characterized.

The investigation results can be used while working out institution courses in linguistics, linguoculturerology, speech culture, stylistics, lexicology, special courses in text linguistics, sociolinguistics, pragmalinguistics, bases of computer linguistics, some positions of dissertation can be used while elaborating the recommendations for optimization of computer communication, as well as in the practice of Russian language teaching.

Подписано в печать: 20.09.2010

Заказ № 4141 Тираж - 100 экз.

Печать трафаретная.

Типография «11-й ФОРМАТ»

ИНН 7726330900

115230, Москва, Варшавское ш., 36

(499) 788-78-56

www.autoreferat.ru

